

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada hipotesis 1 menyatakan “Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya” terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam berbelanja produk atau barang-barang elektronik.
2. Pada hipotesis 2 menyatakan “Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya” terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam berbelanja produk atau barang-barang elektronik.
3. Pada hipotesis 3 menyatakan “*Switching barriers* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya” terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *switching barriers* semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam berbelanja produk atau barang-barang elektronik.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal yang perlu dilakukan oleh peritel untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

adalah dengan menciptakan suasana yang nyaman bagi pengunjung, pelayanan yang ramah dari karyawan toko dan tentunya fasilitas-fasilitas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti layanan antar barang dan layanan perbaikan.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal yang perlu dilakukan oleh peritel untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, seperti keaslian dan garansi produk dan memberikan pelayanan yang berfokus pada solusi atau kebutuhan dari pelanggan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *switching barriers* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal yang perlu dilakukan oleh peritel untuk meningkatkan *switching barriers* adalah dengan menambah keanekaragaman produk yang ditawarkan, memberikan harga produk yang berbeda dengan para pesaingnya dan memberikan informasi mengenai promo-promo yang sedang diadakan oleh Hartono Elektronika.
4. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan objek yang lebih luas. Hal ini bertujuan agar kesimpulan yang dihasilkan nanti memiliki cakupan yang lebih luas juga.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Budi, I.S., 2010, Pengaruh Kepuasan Nasabah, Kepercayaan Nasabah dan Reputasi Bank terhadap Retensi Nasabah pada Bank Central Asia di Surabaya, *Skripsi*, Surabaya: Program Pendidikan Strata Satu STIE Perbanas Surabaya.
- Claes, Robert Julander Magnus Soderlund., 2003, Effect of Switching Barriers on Satisfaction, Repurchase Intentions and Attitudinal Loyalty, *SSE/EFI Working Paper Series in Bussiness Administration*, No. 2003:1; January 2003.
- Danesh, S.N., Nasab, S.A., dan Ling, K.C., 2012, The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets, *International Journal of business and Management*, Vol. 7, No. 7; April 2012.
- Durianto, D., 2001, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Tama.
- Fadhilah., 2008, Pengaruh Hambatan Berpindah (Switching Barrier) Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Simpati Telkomsel (Studi Kasus Pada Siswa Sma Negeri 2 Medan), *Skripsi*, Medan: Program Pendidikan Strata Satu Universitas Sumatra Utara.
- Griffin., 2005, Pengertian Loyalitas: Empat golongan loyalitas, <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/450/jbptunikompp-gdl-lisakartik-22475-4-babii.pdf>, diakses tanggal 8 Maret, 2013.
- Ghozali, Imam., 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono Eletronika., <https://www.hartonoelektronika.com/en/about-us.html>, diakses tanggal 23 April, 2013.

- Ishak, A., dan Luthfi, Z., 2011, Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15. No. 1, Januari 2011.
- Kotler, Philip., 2000, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Edisi Bahasa Indonesia, Prentice-Hall, Yogyakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip., 2005, *Manajemen Jasa*, Jakarta: PT Indeks.
- Mowen, J.C., dan Minor, M., 2002, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, No. 2, September 2004: 123 – 136.
- Prasetijo, R., dan Ihalauw, J.O.I., 2005, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andy Offset.
- Rahadian, S.S., 2006, Analisis Pengaruh Loyalitas Pelanggan dan Perilaku Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek, *Tesis*, Semarang: Program Studi Magister Universitas Diponegoro Semarang.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L.L., 2007, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Setiawan, M.B., dan Ukudi., 2007, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 14, No.2, September 2007.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabet.
- Sumarwan, U., 2004, *Teori dan penerapan dalam pemasaran Perilaku Konsumen*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F., 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, F., 2005, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.

Umar, H., 2003, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Utami, C.W., 2008, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.